

## **V2000-150 21.12.2000**

### **Reflex AS - dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1**

#### **Sammendrag:**

Reflex AS gis dispensasjon fra konkurranseloven slik at selskapet kan oppgi veiledende videresalgspriser for medlemmene for egne og andre leverandørers varer. Selskapet gis også dispensasjon fra konkurranseloven slik at det kan foreta en områdedeling mellom sine medlemmer.

Konkurransetilsynet viser til tidligere korrespondanse vedrørende fornyet dispensasjon fra konkurranseloven. Den forrige dispensasjonen gikk ut 1. februar 2000, og var gitt med hjemmel i krrl. § 3-9 bokstav c). Det ble da gitt dispensasjon fra krrl. § 3-1 første og annet ledd slik at selskapet kunne oppgi veiledende videresalgspriser for medlemmene både for egne og andre leverandørers varer. Det ble også gitt dispensasjon fra konkurranseloven § 3-3 slik at Reflex AS kunne foreta en områdedeling mellom sine medlemmer. I og med at det kun søkes om fornyet dispensasjon legges det til grunn at det er de samme forholdene det ønskes dispensasjon for.

#### **Reflex AS**

Reflex er en forhandlereid "kjøpmannskjede" i barneklærbransjen. Kjedens sentrale ledd er Reflex AS hvor de enkelte butikkene eier en eller flere aksjer. Per i dag er det ca. 52 butikker i kjeden. Samarbeidet i kjeden består dels i felles innkjøp, med Reflex AS som forhandler på vegne av kjeden, dels i felles markedsføring, herunder utgivelse av kampanjekataloger.

#### **Forholdet til konkurranseloven**

##### ***Konkurranseloven § 3-1 - forbud mot prissamarbeid***

Konkurranseloven § 3-1 første ledd setter forbud mot at to eller flere ervervsdrivende "for salg av varer eller tjenester ved avtale, samordnet praksis eller på annen måte som er egnet til å påvirke konkurransen" fastsetter eller søker å påvirke "priser, avanser eller rabatter bortsett fra vanlig kontantrabatt". Videre setter § 3-1 annet ledd forbud mot at en eller flere leverandører fastsetter eller søker å påvirke "priser, rabatter eller avanser for avtakernes salg av varer eller tjenester". At en avtale ikke er formelt bindende gjør ikke samarbeidet lovlig, jf. § 3-1 tredje ledd annet punktum hvor veiledende avtaler uttrykkelig blir omfattet av forbudet. Konkurranseloven § 3-1 fjerde ledd gjør det klart at forbudet i annet ledd ikke er til hinder for at "en enkelt leverandør oppgir veiledende priser for avtakernes salg av varer eller tjenester".

Reflex AS utgir flere kampanjekataloger årlig på vegne av kjeden. I katalogene er det oppgitt en pris i tilknytning til de annonserte produktene uten at denne er betegnet som veiledende. Bakerst i katalogene

står det imidlertid følgende: "Prisene er veiledende, og vareutvalget kan variere fra butikk til butikk." Selv om prisene er oppgitt å være veiledende, vil samarbeidet allikevel kunne være egnet til å påvirke konkurransen i markedet for barneklær. Veiledende priser vil kunne ha en normerende effekt på den enkelte butikk sin prissetting, slik at tidligere potensielle konkurrenter nå ikke vil konkurrere fullt ut på pris. På dette punkt skiller heller ikke loven mellom bindende og veiledende avtaler.

Strukturen i kjeden - med kjedesentralen som et slags koordinerende organ for sine eiere (dvs. butikkene) - gjør at vi vurderer dette som et *horisontalt* prissamarbeid, dvs. et prissamarbeid mellom aktører på samme ledd i omsetningskjeden. Unntaket i § 3-1 fjerde ledd er derfor ikke anvendelig. Etter dette vil det omtalte samarbeidet være i strid med krrl. § 3-1 første ledd. Reflex AS og medlemmene i kjeden trenger følgelig dispensasjon for å kunne fortsette med felles tilbudskampanjer.

### ***Konkurranseloven § 3-3 - forbudet mot markedsdeling***

Reflex' forrige dispensasjon omfattet også forbudet mot markedsdeling i § 3-3. Tilsynet vil derfor undersøke om samarbeidet fremdeles innebærer en markedsdeling og om dispensasjon i såfall skal innvilges.

Konkurranseloven § 3-3 første ledd setter forbud mot at to eller flere ervervsdrivende for salg av varer eller tjenester "ved avtale, samordnet praksis eller på annen måte som er egnet til å påvirke konkurransen, fastsetter eller søker å påvirke til markedsdeling i form av områdedeling, kunde-delning, kvotefordeling, spesialisering eller kvantumsbegrensning". Ifølge § 3-3 tredje ledd er forbudet mot markedsdeling ikke til hinder for at "en enkelt leverandør avtaler markedsdeling med eller fastsetter markedsdeling for sine avtakere".

I avtaleutkastet tilsynet har fått tilsendt heter det i kapittel VIII. "Medlemskap" punkt vi: "Kjedemedlemmer kan ikke delta i andre konkurrerende kjeder eller lignende sammenslutninger, uten etter samtykke fra A/S Reflex." Videre heter det i samme kapittel punkt vii: "Dersom et medlem oppretter en filial utenfor sitt naturlige markedsområde eller oppretter salgskanal via Internett som kan påvirke andre kjedemedlemmers salg, så må dette forhåndgodkjennes av AS Reflex." Etter tilsynets oppfatning er punkt vii. et brudd på § 3-3 første ledd. Gjennom denne avtalen vil alle deltakerne få en viss skjerming mot konkurranse fra andre deltakere og dermed gå glipp av det korrektivet konkurranse kan være. Punkt vi. er neppe i seg selv i strid med forbudet, men kan sammen med punkt vii. medvirke til en faktisk markedsdeling. Vi anser som nevnt samarbeidet som horisontalt, derfor kommer unntaket i tredje ledd ikke til anvendelse.

### **Dispensasjon etter konkurranseloven § 3-9**

Konkurransetilsynet kan med hjemmel i § 3-9 første ledd gi dispensasjon fra forbudene i §§ 3-1 til 3-4 dersom:

a) konkurransereguleringen innebærer at konkurransen i vedkommende marked forsterkes,

- b) det må forventes effektivitetsgevinster som mer enn oppveier tapet ved konkurransereguleringen,
- c) konkurransereguleringen har liten konkurransemessig betydning, eller
- d) det foreligger særlige hensyn.

For å vurdere om et eller flere av alternativene i konkurranselovens § 3-9 kommer til anvendelse, foretar Konkurransetilsynet en konkret vurdering av hvordan de aktuelle konkurransereguleringene påvirker forholdene i det relevante marked. Nedenfor vurderes derfor avgrensningen av det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked.

### **Det relevante produktmarked**

Det relevante produktmarked inkluderer de varer og/eller tjenester kjøperen anser som substituerbare med hensyn til dekning av bestemte behov. Med substituerbarhet menes hvilke produktvarianter etterspørerne kan velge mellom for å tilfredsstille det samme, underliggende behov. Substituerbarheten kan måles ved krysspriselasiteter som angir i hvilken grad en konsument, for sin behovstilfredstillelse, vil gå over til å etterspørre andre produkter dersom prisen på et produkt øker. Dette vil særlig avhenge av produktets egenskaper, bruksområde og pris.

De ulike merkene innenfor barneklær kan variere en del i pris og kvalitet. Konsumentene kan i utgangspunktet velge mellom et stort antall barneklærmerker, stoff og design. Det er mange aktører på markedet som selger barneklær. Reflex AS er i konkurranse med store kjeder som har barneklær som en del av sortimentet (eks. H&M, Lindex, Cubus etc.), i tillegg til mindre kjeder og selvstendige forretninger. Reflex AS tilbyr et variert utvalg av barneklær, både i forhold til merke, stoff, design, pris og kvalitet. Selv om pris og sortiment varierer noe i de ulike omsetningskanalene vil alle typer barneklær inngå i det samme relevante produktmarked. Tilsynet finner det derfor hensiktsmessig å avgrense det relevante produktmarkedet til barneklær.

### **Det relevante geografiske marked**

Reflex AS har medlemsbutikker over hele landet. Det relevante geografiske marked vil være avhengig av hvor langt forbrukeren er villig til å reise for å kjøpe barneklær. Dette avhenger av hvilke produkter forbrukeren skal ha, hvor mange alternativer forbrukeren ønsker å vurdere før avgjørelsen tas og preferansen for bruk av tid. Normalt er transportkostnadene den faktoren som har størst betydning for avgrensningen av det relevante markedet. Høye transportkostnader tilsier et avgrenset relevant geografisk marked, mens lave transportkostnader tilsier at det relevante geografiske markedet er større. Dette skulle tilsi at Norge kunne deles inn i en rekke lokale markeder, med en eller flere forretninger lokalt i det enkelte marked.

Transport- og tidskostnader gjør det i de fleste tilfeller lite effektivt for kunden å kjøpe barneklær andre steder enn i det lokale området kunden befinner seg. Dette skulle tilsi at det finnes en rekke lokale markeder for barneklær i Norge. Imidlertid er noen av Reflex sine største konkurrenter H&M, Lindex og Cubus. Disse er landsdekkende kjeder som opererer med felles markedsføringskampanjer. Siden

Reflex AS konkurrerer med landsdekkende kjeder avgrenses det relevante geografiske marked til Norge.

### **Konkurransetilsynets vurdering**

Reflex AS er et kjedesamarbeid mellom forretninger som selger barneklær. Gjennom kjedesamarbeid sentraliseres funksjoner som tidligere ble ivaretatt av den enkelte forhandler. Dette gir deltakerne muligheter til å realisere visse stordriftsfordeler, bl.a. som følge av felles innkjøpsordninger og markedsføring.

Reflex AS' medlemsbutikker møter konkurranse fra andre store og landsdekkende kjeder som selger tilsvarende produkter. Ut ifra størrelsen på de konkurrerende kjedene er det rimelig å anta at Reflex AS' medlemmer har en relativ liten andel av den totale omsetningen av barneklær. Selv om markedsandelene til de ulike forretningene kan variere i deres lokale marked, vurderer tilsynet det dithen at kjeden ikke har en dominerende posisjon på landsbasis.

Muligheten for medlemsbutikkene å foreta felles markedsføring ved å utgi felles kampanjekataloger anses som et sentralt element for at medlemmene i Reflex AS skal kunne konkurrere effektivt med andre aktører.

### **Konkurransetilsynets vedtak**

Konkurransetilsynet anser på dette grunnlag at et samarbeid mellom Reflex AS sine medlemsbutikker vil innebære en forsterkning av konkurransen i det relevante marked. Tilsynet har derfor fattet følgende vedtak med hjemmel i krrl. § 3-9, bokstav a.

**Reflex AS gis dispensasjon fra konkurranse-loven § 3-1 første ledd slik at selskapet kan oppgi veiledende videresalgspriser for medlemmene for egne og andre leverandørers varer.**

**Reflex AS gis dispensasjon fra konkurranse-loven § 3-3 slik at de kan foreta en områdedeling mellom sine medlemmer.**

**Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til og med 1. januar 2006.**

For ordens skyld gjøres det oppmerksom på at vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes Konkurransetilsynet. For øvrig vises til vedlagte skjema "Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak".

Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake dersom forutsetningene for dispensasjonen ikke lenger er til stede, jf. konkurranse-loven § 3-9 tredje ledd. Dersom det er behov for dispensasjon utover det tidsrom som dispensasjonen er innvilget for, bes De søke om forlengelse i god tid før dispensasjonen utløper.

[til toppen](#)